

GIDA PLUS

GIDA VE BESLENME BULUŞMALARI - 3

ETKİNLİK RAPORU

Gıda, İçecek ve Tarım Politikaları Araştırmaları Derneği (GiFT) ve Beslenme Enstitüsü'nün birlikte düzenlediği "Gıda Plus: Gıda ve Beslenme Buluşmaları" serisinin üçüncüsü **İnovatif Gıdalar ve Online Satış Kanallarının Etiket Okuryazarlığı'ndaki Rolü ve Sorumluluğu** teması ile **11 Eylül 2024** tarihinde Ankara'da gerçekleşti. GiFT 2016 yılından beri sektörde gıda, tarım ve beslenme konularına yönelik politikalar üretmek amacıyla çeşitli organizasyonlar üstlenirken, bünyesinde kurduğu Beslenme Enstitüsü ile gıda ve beslenme okuryazarlığı, bilgi doğrulama ve malnütrisyon konularına odaklanmaktadır.

45

Katılımcı

3

Sunum



11 Eylül



Ankara

Nasıl geçti?

Günümüzde tüketiciler alışverişlerinin önemli bir kısmı online satış kanalları üzerinden gerçekleştirmektedir. Ürünler ile ilgili doğru, net ve anlaşılabilir bilgiye sahip olunması oldukça önemli. Etiket okuryazarlığının geliştirilmesinin önemli bir ayağını oluşturan online satış kanallarının rolünü ve sorumluluklarını konuşmak için Trendyol (Satış ve İş Geliştirme Uzmanı İlkcan Soluk),

Beslenmemizin 4 temel besin grubundan biri olan süt ve süt ürünleri grubunda tüketiciye inovatif gıdalar sunan ve tüketici ile doğru iletişim kurarak etiket okuryazarlığının geliştirilmesinde önemli sorumluluklar üstlenen Danone (Süt ve Bitkisel Bazlı Ürünler Kıdemli Araştırma ve İnovasyon Müdürü Ahmet Serkan Gözükara, Danone Regülasyon Müdürü Gül Peker ve Danone Regülasyon Müdürü Ayşegül Kazak)

Toplumda etiket okuryazarlığının artırılması için kamunun uyguladığı ve geliştirilebilecek politikaları değerlendirmek, sektör ile toplum arasındaki iletişimi sağlamak amacıyla Tarım ve Orman Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı,

Etiket okuryazarlığı konusunda yapılan çalışmaları değerlendirmek ve politika önerilerinin oluşturulmasında bilimsel destek sağlamak üzere akademi,

Toplum ile doğrudan iletişimlerini ve gözlemleri aracılığıyla bireylerin beslenme ve gıda okuryazarlık düzeylerini yansıtmaya, beslenme ve gıda okuryazarlığını geliştirmek için kullandıkları eğitim yöntemlerini anlatmaları için sağlık profesyonelleri katıldı.

Neler Konuştuk?

Tüm paydaşların bir araya geldiği üçüncü Gıda ve Beslenme Buluşmaları'nda toplumun etiket okuryazarlığının geliştirilmesinde online satış platformlarının ne gibi sorumluluklar alabileceği ve inovatif ürünler geliştiren firmaların rolü üzerine tartışmalar gerçekleştirildi. GIFT Genel Sekreteri ve Beslenme Enstitüsü Genel Koordinatörü **Uzm. Dyt. İrem Yakışıklı**, 24 Ekim'de Boğaziçi Üniversitesi'nde gerçekleşecek 3. Gıda İnovasyon Zirvesi & Gıda Plus Ödülleri hakkında bilgi verdi.



Trendyol Satış ve İş Geliştirme Uzmanı İlkan

Suluk: Trendyol olarak Türkiye önceliğimiz olmakla birlikte, faaliyetlerimizi yürüttüğümüz tüm pazarlarda hizmet kapsamımızı genişletecek çalışmalarını hayata geçiriyoruz. Bu doğrultuda yeni geliştirdiğimiz özellik ile Türkiye'de ürününü satan yerli işletmelerin 'Made in Türkiye' ürünleri, gönderim yapılacak ülkelerin mevzuatına uygun ise satıcılarımız, ekstra bir maliyet olmadan sevkiyatlarını kolaylıkla gerçekleştirebiliyor. Ankara'dan İstanbul'a bir ürün için kargo maliyeti ne ise Türkiye'den Riyad'a aynı maliyet ile gönderimler sağlanabiliyor. Türk ürünlerini yurtdışı pazarlara taşıma hedefimiz doğrultusunda gerçekleştirdiğimiz bu çalışmanın, Türk ürünlerinin ve satıcılarının küresel pazarlarda rekabetçi gücünü artıracaklarını düşünüyoruz.

Danone Süt ve Bitkisel Bazlı Ürünler Kıdemli Araştırma ve İnovasyon Müdürü Ahmet Serkan Gözükara, Danone Regülasyon Müdürü Gül Peker ve Danone Regülasyon Müdürü Ayşegül Kazak:



Danone gıdayı sadece hızlıca tüketilen bir şey olarak görmeyip aslında gıda yolu ile mümkün olan en fazla sayıda insana sağlık ulaştırarak gıdaya katma değer katan ürünler ortaya çıkarmayı amaçlıyor.

Danone ürün üretirken ve geliştirirken "Health Star Rating" olarak adlandırdıkları çok önemli bir uygulamayı kullanıyor. Health Star Rating uygulamasına göre belli bir puanlandırma limitine ulaşan ürünleri tüketici ile buluşturmak hedefleniyor. Bu puanlandırma ise içerikteki ürünlerin miktarı ve besleyiciliğine göre değişiyor. Bu besin öğelerinin dengesinin hem çocuk hem de yetişkin tüketiciler için çok önemli olduğu düşünülüyor. Bu sebeple bu limitlendirmeler ve Health Star Rating uygulaması ürün geliştirme süreçleri için önemli bir basamak olarak görülüyor. Ayrıca sürdürülebilir gıda inovasyon ajandasında ciddi bir yer tutuyor.



ETKİNLİK ÇIKTILARI

3 Politika Önerisi

Gıda ve Beslenme Buluşmaları toplantısının sonunda katılımcıların katkılarıyla Türkiye'de "Etiket Okuryazarlığını" artırmak için üç politika önerisi belirledik:

1 E-ticaret sitelerinde gıdalara ilişkin mevzuata uygun, zorunlu bilgilerin yer aldığı görseller eklenmeli. Satılan gıdaların kayıtlı onaylı işletmelere ait olmalıdır.

2 Ön yüz etiketleme çalışmaları için aksiyon alınmalıdır.

3 GIFT partnerliğinde sosyal medyada kamuoyunu bilgilendirici kamu spotları oluşturulmalıdır. Okul çağı çocuklarında etiket okuryazarlığının artırılması için okullara yerleştirilebilecek ve öğrencilerin ziyaret edebileceği "Etiket Otobüsü" hazırlanmalıdır.